

# COMUNICACIÓN POLITICA Y ESTEREOTIPOS

## AUTORES

Gustavo González  
Ramón Flores  
Cristian Varnier

Centro de Investigación en Estudios de Opinión Pública (CICEOP)  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

## Resumen

### Palabras clave

comunicación política  
estereotipos  
liberal  
populista

El artículo se enmarca en una investigación relacionada a políticos, periodistas y opinión pública y sus estereotipos. El estereotipo es una representación social que forma parte del imaginario social; esquematiza y categoriza a la vez, y puede conducir a simplificaciones y generalizaciones excesivas. El imaginario social hace posibles las prácticas de una sociedad. En una encuesta evidenciamos dos discursos: el liberal y el populista en referencia a las preguntas democracia y poder. El discurso liberal adquiere regularidad en las referencias a los diferentes tipos de libertades y se afianza como la reivindicación de éstas en un contexto de monopolio del poder por parte de los medios. El discurso populista se afianza como un tipo de discurso sobre el conflicto polarizado entre diferentes actores sociales, respondiendo a su constitución como un discurso de ruptura.

## PROYECTO

ESTEREOTIPOS Y COMUNICACIÓN POLITICA: EL IMAGINARIO SOCIAL QUE LOS POLITICOS, LOS PERIODISTAS Y LA OPINION PUBLICA POSEEN DE SI MISMOS Y DE LOS DEMAS ACTORES COMO INTEGRANTES DE ESE ESPACIO

## INSCRIPCIÓN

PROGRAMA DE INCENTIVOS  
A DOCENTES INVESTIGADORES  
Facultad de Periodismo  
y Comunicación Social - UNLP

## INTEGRANTES

Gustavo González  
Ramón Flores  
Cristian Varnier  
Gabriel Negri  
Carlos Toledo  
José Barbero  
Guillermo Cavia



Esta obra está bajo  
una Licencia Creative  
Commons Atribución-  
NoComercial-SinDerivar  
4.0 Internacional.



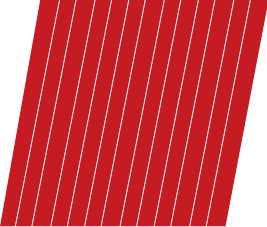
# COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ESTEREOTIPOS

## Los discursos de la opinión pública

Esta ponencia se enmarca en un proyecto de investigación relacionado a los políticos, los periodistas y la opinión pública, y los estereotipos sociales que visualizan estos tres actores de la comunicación política. El estereotipo es una creencia, una opinión, una representación social que forma parte del imaginario social. Por lo tanto, esquematiza y categoriza a la vez, y puede conducir a simplificaciones y generalizaciones excesivas. El imaginario social no es un conjunto de ideas, es más bien lo que hace posibles las prácticas de una sociedad, en tanto que le dan sentido.

Siguiendo la línea de Epicteto, quien señalaba que lo que conmueve a los hombres no son los hechos, sino las palabras sobre esos hechos (Belinsky, 2007), es que analizamos opiniones, a la vez que definimos conceptos, sabiendo que algunos de éstos conceptos mantienen una multiplicidad de acepciones que han ido adquiriendo a lo largo de la historia, presentando características polisémicas.

En nuestros relevamientos, en este caso a partir de cuestionarios estructurados con preguntas cerradas y abiertas a la opinión pública, no encontraremos saberes sino opiniones. Es clásica y reconocida la distinción realizada por Platón de la diferencia entre *Doxa* y *episteme*, siendo esta última saber o ciencia, y la primera opinión. El cientista político italiano Giovanni Sartori afirma que a la democracia le basta con la opinión, y que una de las características y de las fortalezas de ese sistema político es precisamente que la gente basa su respuesta en opiniones y que estas son mutables, transitorias, cambiantes, lo que hace posible al juego de la democra-



cia en un sistema político de régimen abierto, que presenta partidos en disputa.

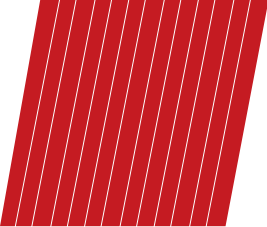
Algunos dirán que justamente la transitoriedad evidenciada generalmente en las respuestas es también la debilidad de la democracia, pero esta discusión no es dable para los objetivos de esta presentación.

Siguiendo esta mirada, enfatizada en múltiples investigaciones sobre que las opiniones son frecuentemente creaciones transitorias, afirmamos que una característica de la opinión de la gente es que es siempre una opinión ligera, intentando ser persuasiva y haciendo uso de los recursos propios de la argumentación. Entonces lo narrativo, lo argumentativo o lo descriptivo, por ejemplo, son técnicas argumentativas expresadas como opiniones para justificar posiciones adoptadas respecto de los mundos posibles reconocidos (Dallera, 1994).

Volviendo a lo señalado sobre la opinión, reafirmamos que el estereotipo participa de la doxa, «Barthes coloca en el centro de la problemática del estereotipo la cuestión de su enunciación y de su reenunciación: el fenómeno concierne tanto al enunciador como al receptor» (Amossy, Herschberg Pierrot, 2001: 68).

A partir de los relatos intentamos acercarnos a una realidad, esa realidad extractada de esos decires que termina siendo una construcción social, porque «gran parte de lo que nos pasa es imaginario, porque no surge de una interacción real. Toda interacción tiene una cuota de imaginario» (García Canclini, 2010: 91). La ciudadanía, agrega García Canclini, no se organiza sólo sobre principios políticos, según la participación real en estructuras jurídicas o sociales, sino también a partir de una cultura formada en los actos e interacciones cotidianos y en la proyección imaginaria de estos actos en mapas mentales de la vida urbana.

Nuestro imaginario social es complejo. «El imaginario de un individuo es inseparable de los grandes símbolos y mitos políticos que modelan sus representaciones del territorio nacional, de la institución del poder, de las transformaciones sociales, etc.» (Wunenburger, 2008: 38). A la vez que poseemos una cierta noción de participación que corresponde a cada uno en la práctica común. «Esta clase de entendimiento es a un tiempo fáctico y normativo; es decir, tenemos una idea de cómo funcionan las cosas normalmente, que resulta inseparable de la idea que tenemos de cómo deben funcio-



nar y del tipo de desviaciones que invalidarían la práctica» (Taylor, 2006: 38).

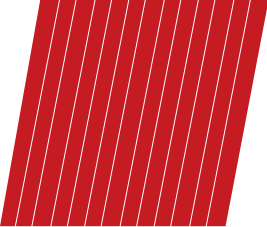
Es decir que trabajaremos sobre relatos de un actor, en este caso la opinión pública, que refiere pareceres de una interrelación en un espacio de participación político ampliado y rutinizado.

## El espacio de la comunicación política

Acerca de ese lugar denominado comunicación política, adscribimos a la definición del francés Dominique Wolton quien la define como «el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que poseen la legitimidad de expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Esta definición hace hincapié en la idea de interacción del discurso de actores que no tienen ni el mismo estatuto ni la misma legitimidad pero que, por sus respectivas posiciones en el espacio público, constituyen, en realidad, la condición de funcionamiento de la democracia de masas» (Wolton, 2007: 387). La Comunicación Política proporciona un espacio en el cual actores de la política ponen en debate temas que son eje de conflicto y debate en una sociedad determinada.

El sociólogo argentino Heriberto Muraro, en un breve pero intenso ensayo pensado a la luz de la mirada del francés, va a destacar también la existencia de una tríada de actores, pero son éstos políticos, periodistas y ciudadanos. Muraro junto Wolton va a entender en uno de sus capítulos del libro que los sondeos de opinión permiten, aunque con limitaciones, acceder a la agenda de la gente con independencia de la agenda de los políticos y de los medios, afirmando luego que «los ciudadanos son capaces de generar consensos extrapolíticos, es decir a espaldas de los funcionarios y de los periodistas» (Muraro, 1998: 95).

Contrariamente en el mismo libro, capítulo antes, va a resaltar que «políticos, periodistas, intelectuales, representantes autorizados u oficiosos de las corporaciones, voceros de lobbies empresarios y de movimientos sociales buscan volcar a su favor a los ciudadanos que, a manera de espectadores, se asoman periódicamente al espacio público político (lugar de debate y discusión emparentado al concepto de comunica-



ción política de Wolton)». En aquel lugar, destaca, esos diferentes tipos de actores «toman la palabra para debatir cómo debe organizarse la sociedad». Es decir que plantea en un momento que los ciudadanos son espectadores, para luego destacar que pueden tener una agenda por fuera de lo señalado por políticos y periodistas.

Es decir que la afirmación concreta y tajante de Wolton que la gente puede constituir discursos por fuera de aquellos que corresponden a los de los políticos y periodistas no es tan claro en Muraro. Además éste último agrega diferentes actores a un mismo espacio; el francés los considera fuera del espacio de la comunicación política: intelectuales, técnicos, tecnócratas y expertos se expresan en el espacio público. El sociólogo argentino nos habla de espacio público político, y allí determina la interacción de todos los diversos actores.

De la misma forma que expresamos nuestra diferencia con lo conceptualizado por el sociólogo argentino, del modelo de Wolton podemos señalar que su funcionamiento es demasiado ideal: tres actores con sus propios intereses disputando un escenario de visualización de demandas y expectativas, y que toman supremacía relativa en diferentes momentos de la vida de una nación. Asimismo, se escapa del esquema el factor externo, es decir que en un mundo altamente interrelacionado (en términos políticos, culturales, económicos, sociales, ideológicos, étnicos, entre otros) es improbable que una comunidad cualquiera (aún pensada hasta en términos nacionales de frontera) pueda abstraerse de las implicancias que factores de otros países, comunidades y hasta empresas pueden ocasionar a las lógicas y temáticas discursivas de esos ciudadanos; como ejemplo pensemos en la disputa por las pasteras ubicadas en Uruguay o ahora mismo, en las implicancias que puede tener el cambio de signo político en Brasil para la economía regional.

Pero sí Heriberto Muraro grafica claramente en su libro que lo que está en juego es el poder, y que el juego del poder es siempre asimétrico y competitivo; adscribimos a esta mirada.

Así, la Comunicación Política nace y se define en la confluencia moderno-contemporánea de la política, los medios de comunicación y la opinión pública, y ubica su campo de estudio en los nuevos fenómenos mediático-políticos que transforman con dinamismo las características, las formas y los modos de esa interrelación.



## Análisis de encuestas

Trabajamos con sondeos de opinión con preguntas abiertas y cerradas, y con entrevistas a informantes claves. En esta presentación realizaremos un análisis de las respuestas en una encuesta efectuada a residentes en la ciudad La Plata; en la consideración de los actores descriptos: una investigación sobre la opinión pública.

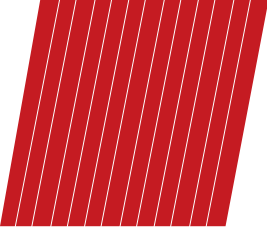
De las preguntas a analizar, los entrevistados respondieron sobre la democracia y, en otra pregunta, sobre el poder. A democracia la definiremos como un régimen o forma de gobierno, el gobierno del pueblo (Di Tella, 2001).

Sobre el concepto del poder, diremos siguiendo a Weber que el poder considerado en su concepto más general, no referido a ningún contenido concreto, constituye uno de los elementos más importantes del accionar de la comunidad, agregando que todos los campos del accionar de la comunidad demuestran estar influidos de manera muy profunda por formaciones de poder, destacando al poder como una relación, no como una propiedad, y en esta relaciones de poder a los objetos los llamamos actores, que pueden ser individuos, grupos, roles, oficios, gobiernos, estados-nación u otros agregados humanos (Wright Mills, Lasswell, Parsons, 1978)

En ésta apartado se analizarán las preguntas relativas a la definición de la democracia y a quién tiene el poder en nuestra sociedad. Del total de encuestados en ambas preguntas, un cuatro por ciento (4%) no sabe o no contesta.

Ante la pregunta sobre qué es la democracia, más de un tercio (32%) respondió con una definición de la misma desde los principios como la libertad, la igualdad, etc. La mayoría casi absoluta de éste grupo utilizó el término libertad en su respuesta. Algunas de ellas son las siguientes: «Libertad de opinión y fundamento»; «Ejercicio de la libertad»; «Libertad de expresión»; «Ser libre»; etc.

Dos grupos de la misma extensión, de 20% cada uno, expresó su opinión sobre la democracia diciendo que es el poder popular o una forma de gobierno, respectivamente. «Que el pueblo es soberano»; «El gobierno de todos»; «el poder del pueblo» son ejemplos del primer grupo. Mientras que son ejemplos del segundo los siguientes: «Es un sistema de gobierno»; «La menos mala forma de gobierno»; «Un modo de organización social adoptada que permite, al menos en for-



ma aparente, descentralizar el poder y dar lugar a la participación de cada ciudadano en el ámbito político».

Otros dos conjuntos de opiniones poseen la misma extensión (12%) pero expresan opiniones contrapuestas sobre la democracia. Una evalúa a la misma como positiva y hay que conservarla: «Lo mejor que nos pasó»; «Algo que tenemos que cuidar. Recordar lo que nos pasó. “Memoria”», son ejemplos. Otro lo evalúa como inexistente, algunos ejemplos son los siguientes: «No hay más»; «Es algo importante pero en la Argentina no existe».

Un cuatro por ciento (4%) de los encuestados no sabe o no contesta esta pregunta ni la siguiente a analizar.

Ante la pregunta sobre quién tiene el poder en nuestra sociedad, las respuestas se reparten entre los que opinan que uno sólo lo posee y los que mencionan más de un actor social. Éste último conjunto (22%) es muy inferior al primero (72%).

Las regularidades detectadas en las opiniones que involucran a varios actores sociales son las siguientes:

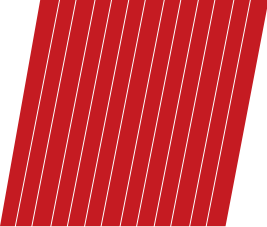
- Políticos y Empresarios (6%)
- Políticos, Empresarios y medios de comunicación (4%)
- Políticos, Empresarios y Pueblo (2%)
- Gobierno y Empresarios (2%)
- Gobierno y Políticos (2%)

Las respuestas que mencionan a sólo un actor poseen las siguientes extensiones:

- La Presidente (22%)
- Los empresarios (14%)
- El pueblo (14%)
- Los medios de comunicación (10%)
- El gobierno (8%)

En este grupo de encuestas existe un conjunto muy particular (4%). Sus respuestas son del tipo «Cháves» (2%) y «la mafia» (2%).

Sólo un grupo muy reducido (2%) considera que nadie tiene el poder. Un cuatro por ciento (4%) de los encuestados no sabe o no contesta.



Las opiniones positivas pueden ser agrupadas según la respuesta involucre a actores políticos y del mercado. De esta manera, la presidente, el gobierno, los políticos y el pueblo son actores políticos. Y por su lado, las empresas y los medios de comunicación son actores del mercado. Así, el 48% piensa que el poder reside solamente en el campo político y el 24% que reside solamente en el campo económico.

Un 22% opina que el poder sólo reside en la presidente de la nación. Ninguna respuesta asocia a la presidente en el ejercicio del poder con algún otro actor político o económico. Lo contrario ocurre con los empresarios, quienes ejercen la misma magnitud de poder en forma individual (14%) o compartida (14%). Estos los lleva a ser el actor social con mayor poder en nuestra sociedad de acuerdo al 28% de los encuestados.

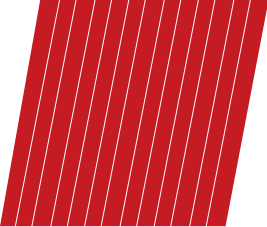
Aquí se continuará analizando las mismas preguntas relativas a la definición de la democracia y a quién tiene el poder en nuestra sociedad. Pero a diferencia del apartado anterior, el análisis esta vez es cualitativo. Específicamente, con hermenéutica semiótica.

Estos dos interrogantes no son consecutivos en el formulario de encuesta. Entre ambos hay una distancia de siete preguntas intermedias, tanto abiertas como cerradas. Así, la comparación entre ambas opiniones es un trabajo del analista y no fueron pensadas de forma relacionada por el encuestado. Esto determina que no se puede presumir que ambas respuestas estén articuladas por algún esfuerzo argumentativo. De todas maneras, las opiniones vertidas sí pueden ser tratadas como fragmentos comparables de un mismo discurso. En este sentido, la opinión es conceptualizada como algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión a la coherencia (Bourdieu, 1973).

Del conjunto de respuestas se pueden obtener dos conjuntos iniciales, uno donde se pueden percibir una continuidad discursiva y otro donde esto no ocurre. Éste último es de menor extensión que el primero, 44% y 56% respectivamente. Es decir, existe una continuidad discursiva en la mayoría de las opiniones relevadas en torno a la democracia y el ejercicio del poder en nuestra sociedad.

Del conjunto con continuidades discursivas (56%) se pueden identificar dos grandes operaciones, una de continuidad y otra de oposición respecto a los términos utilizados.





Para poder presentar los ejemplos de estas operaciones, se reconstituyen las opiniones a partir de la pregunta que las genera. Es decir, se presentan a aquellas como respuestas a ésta. Hay que recordar aquí que las preguntas no son continuas sino que su articulación es fruto del análisis.

Operación de continuidad:

1. La democracia es «libertad de expresión», y el poder lo tienen «los medios porque dicen de qué hay que hablar».
2. La democracia es «el poder del pueblo», y el poder lo tiene el pueblo: «el poder lo tiene el pueblo. Pueblo vota. El pueblo decide».

En el ejemplo 1, la continuidad isotópica se produce entre los términos «expresión» y «hablar» a través del concepto comunicación. En el ejemplo 2, la continuidad se produce a través de la repetición del término «pueblo».

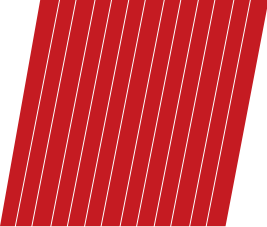
Operación de oposición:

3. La democracia es la «capacidad del pueblo de crear su destino» y el poder lo tienen «las corporaciones».
4. La democracia es «libertad» y el poder lo tienen «los políticos porque manejan todo».

Las operaciones de oposición se producen en el ejemplo 3 a través de los términos opuestos «pueblo» y «corporación», y «libertad» vs. «manejan todo» en el ejemplo 4. En éste último caso, la oposición es entre los conceptos de libertad y manipulación. Mientras que en el primero, la oposición es entre los actores sociales pueblo y corporación.

Estas operaciones de continuidad y oposición pueden ser caracterizadas desde los conceptos de isotopía y conflicto, respectivamente.

Dahrendorf define el conflicto como cualquier relación de elementos que puedan caracterizarse por una oposición de tipo objetivo –conflicto latente– o de tipo subjetivo –conflicto manifiesto–. El conflicto es social cuando procede de la estructura de las unidades sociales, es decir, cuando se presenta como supraindividual (Di Tella, 2001). Por su parte, la isotopía es un principio de coherencia textual asegurada por la recurrencia de cualesquiera categorías lingüísticas (Kerbrat-Orecchioni, 1984).



A partir de estos dos conceptos se pueden identificar entonces dos tipos de discursos uno «isotópico» y otro «de conflicto». Al interior de cada uno de estos conjuntos de opiniones se pueden distinguir a su vez a dos grupos que los constituyen. En los discursos «isotópicos» se distinguen los grupos determinados por la isotopía semántica (1) y otro por la continuidad actancial (2). En los discursos «de conflicto», están los grupos con los términos «pueblo» o «gente» (3) y con «libertad» o «derecho» (4). En los grupos isotópicos también se puede observar la presencia de estas palabras. Así, es posible reagrupar las opiniones en dos grupos nuevos de acuerdo a dos paradigmas políticos. Uno de ellos es el populista y otro es el liberal.

En éste último, la determinación de tal involucra al «partidario de la libertad individual y social en lo político y de la iniciativa privada en lo económico» (DRAE, 2001). En términos de la opinión pública, este posicionamiento político determina que una opinión que sea auténticamente del público presupone toda una serie de condiciones: las libertades de pensamiento, de expresión y de organización, todas estas se integran en los medios de comunicación y sus estructuras (Sartori, 1999).

El discurso populista por su parte, implica otro posicionamiento en el discurso, implica una ruptura: que ocurre cuando tiene lugar una dicotomía al interior del espacio social, por la cual los actores se ven a sí mismos como partícipes de uno u otro de dos campos enfrentados (Laclau, 2006). Aquí el discurso ha dejado de ser un simple conjunto de enunciados y se complejiza para ser una práctica articuladora; una práctica que modifica la identidad de los elementos que relaciona, que a través de configuraciones significantes constituye y organiza relaciones sociales.

El análisis de las respuestas obtenidas por la encuesta permite abordar esas configuraciones significantes y apreciar cómo se constituyen. Así, se puede identificar operaciones retóricas de reiteración y oposición tanto de actores como de conceptos.

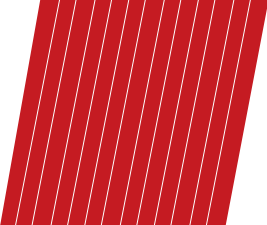
Si se relacionan estas diferentes operaciones, se pueden obtener una serie de caracterizaciones de las opiniones como discursos de tipo liberal o populista:

	DISCURSO LIBERAL	DISCURSO POPULISTA
ISOTOPÍA CONCEPTUAL	Libertad, Expresión (12%)	Economía (4%)
ISOTOPÍA ACTANCIAL	Ciudadano, Gobierno (4%)	Pueblo (8%)
OPOSICIÓN	Libertad vs. Políticos (13%)	Pueblo vs. Empresas (15%)

La distribución que se presenta involucra todo el universo de las respuestas y no solamente las que poseen continuidad discursiva (56%). Así, si se suma todas las ocurrencias respecto a cada tipo de discurso, el discurso liberal involucra 29% del total de las respuestas y el populista solamente el 27%. Estas cifras muestran mayor presencia del discurso liberal sobre el populista. Es de apreciar que la visión de conflicto es mayor en este último tipo de discurso, mientras que la isotopía conceptual es mayor en el primero. El discurso liberal responde entonces a su definición al adquirir mayor regularidad en las referencias a los diferentes tipos de libertades. El discurso populista, por el contrario, se afianza más como un tipo de discurso sobre el conflicto polarizado entre diferentes actores sociales. Respondiendo así a su constitución como discurso de ruptura en el espacio público a partir de una opinión pública que polariza entre el pueblo y el poder económico. Mientras que el discurso liberal, apenas mayoritario en la construcción del sentido social, se afianza como la reivindicación de las libertades en un contexto de monopolio del poder por parte de los medios.

## Referencias bibliográficas

- ABOY CARLÉS, G. (2002). «Repensando el populismo». *Política y Gestión* (N.º 5).
- AMOSSY, R. y HERSCHBERG PIERROT, A. (2001). *Estereotipos y Clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- BELINSKY, J. (2007). *Lo imaginario: un estudio*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- BOURDIEU, P. (1996). «La Opinión Pública no existe». *Voces y Culturas* (N.º 10), pp. 137-146.
- DI TELLA, T. S.; CHUMBITA, H.; GAMBA, S.; GAJARDO, P. (2001). *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Buenos Aires: Emecé.



DALLERA, O. A. (1994). *Quien es «la gente». Sujeto y objeto del saber cotidiano*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

DRAE. Diccionario de la Lengua Española. Consultado el 15 de septiembre de 2014 en <http://lema.rae.es/drae/?val=liberal>

GARCÍA CANCLINI, N. (2010). *Imaginarios urbanos*. Buenos Aires: Eudeba.

KERBRAT ORECCHIONI, C. (1984). «Problemática de la isotopía». *Semiosis* (N.º 12-13), pp. 109-129.

LACLAU, E. (2006). «La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana». *Nueva Sociedad* (N.º 205), pp. 56-61.

MURARO, H. (1997). *Políticos, periodistas y ciudadanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

MARC FERRY, J.; WOLTON, D. y otros (1992). *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.

SARTORI, G. (1999). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza.

TAYLOR, Ch. (2006). *Imaginarios sociales modernos*. Barcelona: Paidós.

WOLTON, D. (2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo.

WRIGHT MILLS, Ch.; LASSWELL, H.; PARSONS, T. y otros (1978). *Sociología del poder*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

WUNENBURGER, J. J. (2008). *Antropología del imaginario*. Buenos Aires: Del Sol.

